

Conceitos básicos na tutela do consumidor

José Raimundo Gomes da Cruz^(*)

Procurador de Justiça aposentado – SP

SUMÁRIO: 1. Introdução. 2. Primórdios da era do consumidor. 3. A Lei nº 8.078, de 11.9.90 – Código de Defesa do Consumidor. 4. O consumidor. 5. O fornecedor. 6. Conclusões.

1. Ilustre colega solicita nosso parecer sobre questão relativa ao Código do Consumidor: em resumo, quer saber se, eução de diversos chales, por desistência do promitente-comprador, o sinal recebido pelo promitente-vendedor, há vários meses, deverá ser devolvido. A leitura dos dispositivos sobre a proteção contratual (art. 46 e segs. do CDC), desde logo, afastaria a devolução, especialmente pelo teor do artigo 49: “O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço”, prevendo o parágrafo único do mesmo artigo a correção monetária dos “valores eventualmente pagos, a qualquer título”. Tal “prazo de reflexão”, evidentemente, já se extinguiu.

Contudo, a resposta não deve contentar-se com tal aspecto. A tendência de exageração do âmbito de abrangência dos novos institutos e dos procedimentos judiciais a eles relativos exige reflexão, útil para o caso em exame e para outros que possam surgir. Daí a adoção de forma de artigo, até pelo empenho de seguir a sugestão do filósofo de buscarmos sempre, em nossa atuação, a conduta que possa servir de modelo para legislação geral.

Desde já se antecipa a idéia de que, nas numerosas e subsistentes relações contratuais, de modo algum se aplicam as normas do CDC. Rápida lembrança das origens da preocupação nele consagrada permitirá mais segura interpretação do seu conteúdo.

2. A propósito dos primórdios da era do consumidor, já se recordou até vestígio de norma do “Código de Hammurabi”⁽¹⁾. Devemos, porém, evitar inúteis e remotas informações, sabido que, mesmo no Direito Romano, tão louvado por sua inspiração, a regra do *caveat emptor* nos

(*) Mestre e Doutor em Direito (USP), Advogado, Professor de Pós-Graduação – FMU em São Paulo.

(1) L. LERNER e T. M. ROLLEMBERG, citados por JOSÉ GERALDO BRITO FILOMENO “Manual de direitos do consumidor” 2ª ed., São Paulo: Atlas, 1991, pág. 28.

remete a tempos bem mais recentes. Quem se dispuser a fazer qualquer estudo sério, por exemplo, sobre o Estado de Direito, a chamada separação de poderes, o contencioso administrativo, não deverá regressar no tempo até antes da Revolução Francesa⁽²⁾.

Nosso século soube perceber e enfrentar problemas decorrentes da suposta igualdade das partes nos contratos. Daí a busca de equilíbrio real entre o locador e o locatário, o mutuante e o mutuário, o promitente-vendedor e o promitente-comprador dos imóveis loteados, através de normas de ordem pública e mesmo com radical alteração, no último caso, da herança romana do Código Civil francês, no sentido de que a promessa de contratar descumprida resolver-se-ia em perdas e danos: passou a valer, para registro, em lugar da escritura definitiva, a sentença de adjudicação compulsória.

Contudo, certa mentalidade de preservação relativa ao ambiente natural, ao patrimônio histórico, cultural etc. só bem mais recentemente surgiu. Ela abrange a tutela dos consumidores, que, portanto, dela não pode dissociar-se, para sua mais legítima compreensão.

Talvez sua primeira expressão, no começo dos anos 60, tenha sido ligada à indústria automobilística. Com o pós-guerra de 1945, o sonho do carro próprio, superado o esforço bélico, passou a ser o principal⁽³⁾. Se o automóvel aparece como objeto do desejo do consumidor, cabia falar em sociedade de consumo, “decorrência do próprio sistema, em seu dinamismo criador, capaz de satisfazer cada vez mais necessidades e até de criá-las com sua tecnologia avançada e os recursos publicitários modernos”⁽⁴⁾.

Além da intervenção estatal capaz de corrigir os incomparáveis mecanismos de mercado, sugeríamos na última conclusão: “Especial atenção do Estado se exige para defesa do consumidor, sob vários aspectos, observados

(2) Cf. nosso livro, “O controle jurisdicional do processo disciplinar”. São Paulo: Malheiros, 1996, pág. 171 e nota nº 1. Mesmo eventual precedente legislativo, como “a lei de 1872” que, nos Estados Unidos, “genericamente tachava os atos fraudulentos de comércio”, lembrada por J. M. OTHON SIDOU, não concorre para esclarecer as origens da recente tutela do consumidor (“Proteção ao consumidor”. Rio de Janeiro, Forense, 1977, pág. 13).

(3) MAURICE LENGELLÉ observaria mais tarde que o consumo, preterido pelos economistas clássicos, apegados à produção, só em data recente mereceria maior atenção dos economistas (“La Consommation”. Paris, P. U. F., 1971, págs. 5/8). No mesmo sentido, ROLF P. STÜSSER, “Konsum”. In: “Staatslexikon. Freiburg Herder” v. 4, pág. 1245; W. PELUSO ALBINO DE SOUZA “Direito econômico e economia política” Belo Horizonte, ed. do autor, 1971, v. 2, pág. 191; FÁBIO KONDER COMPARATO “Aspectos jurídicos da macroempresa” São Paulo, Revista dos Tribunais, 1970, pág. 7. Citamos tais autores também em trabalho sob o título “Aspectos jurídico-econômicos do consumo” (In: “Revista Tiberiaca” São Paulo, 1975, v. 2, págs. 101 e segs.).

(4) CRUZ, “Aspectos”, cit., pág. 107.

os cuidados em certos setores por parte de alguns países mais desenvolvidos. De modo particular, constitui medida importante a adaptação das normas penais para a prevenção e repressão das infrações penais através das empresas. Deve haver proteção ao consumidor, especialmente os mais humildes, diante do poderio dos novos meios de publicidade usados pelas empresas”⁽⁵⁾

Mais de uma década antes, certo advogado norte-americano, de origem libanesa, iniciara pioneira campanha contra a indústria automobilística do seu país⁽⁶⁾ Nader demonstrava que a indústria automobilística criara e divulgava o tal *slogan* tão difundido de que “90% dos acidentes de automóveis decorrem de falhas humanas e apenas 10% de defeito dos veículos”. No entanto, certo modelo (o “Corvair”) trazia tão graves defeitos e produzia tantos acidentes fatais que a fabricante, após tentar conter as críticas Nader, e o crescente número de ações judiciais de 1961 a 1965, tratou de introduzir equipamento de segurança e, não conseguindo êxito, resignou-se com a condenação do seu produto. O livro detalhava outros casos, a segurança das estradas e mesmo a poluição ambiental causada pela redução dos custos das montadoras. Entende-se a repercussão disso na imprensa, na opinião pública, na administração do Presidente Johnson e na legislação aprovada pelo Congresso⁽⁷⁾

Nader tornou-se mundialmente famoso por sua luta, sendo comparado, em importante encontro internacional de 1972, em Paris, ao *Ombudsman* sueco dos consumidores, instituição de tanto sucesso em outros países, anos depois⁽⁸⁾ Tudo isso despertou nova e crescente consciência sobre a proteção dos consumidores.

(5) CRUZ, “Aspectos”, cit., págs. 107/108.

(6) RALPH NADER, que no começo dos anos 60 vendeu 500 000 exemplares do seu livro “*Unsafe at any speed*”. Alguns anos mais tarde, não conseguimos exemplar dele em livraria ou biblioteca alguma, em São Paulo. Só pudemos examinar e obter cópia da tradução italiana de uso de uma grande editora, com o título de “*L'auto che uccide*” (Trad. Girolamo Boschi Bregghelli Milão, Bompiani, 1967).

(7) NADER, ob. cit., págs. 7, 11, 21/22, 40/41, 59, 72, *passim*

(8) ALAIN DE PENANSIER. *Les saints Georges de la consommation*. In: “*L'Express*”, 16-22 10 72. págs. 39/40 A expressão consumerismo, do inglês consumer demonstra a origem norte-americana do movimento. A propósito, lembra NEWTON DE LUCCA: “A palavra consumerismo não se acha, ainda, no dicionário do Aurélio.” (“Direito do consumidor – Aspectos práticos – perguntas e respostas”. São Paulo, Revista dos Tribunais, 1995, pág. 20, nota 16) Mas tem sido largamente usada, entre nós: v.g., JOSÉ GERALDO BRITO FILOMENO (In: ADA PELLEGRINI GRINOVER *et alii* “Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto”. 4 ed., Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1995, pág. 27); ANTONIO HERMAN V. BENJAMIN chega a referir-se aos jusconsumeristas (Apresentação In: ARRUDA ALVIM *et alii*, “Código do Consumidor comentado”, 2 ed., São Paulo, Revista dos Tribunais, 1995, pág. 1) Sobre os primórdios do movimento de proteção ao consumidor, nos Estados Unidos e nos anos 60, cf. DE LUCCA, ob. cit., págs. 19/20.

Entende-se, portanto, o empenho dos juristas de todos os países em adotar normas de proteção ao consumidor, tão sem informação, tão despreparado, tão sozinho, tão desorganizado, enfim, tão vulnerável diante do fornecedor de bens e serviços no mercado. A própria ONU acabou adotando a Resolução nº 39/248, de 10 4 1985, que tão bem resume tudo isso: “Levando em consideração os interesses e as necessidades dos consumidores em todos os países, particularmente os países em desenvolvimento; reconhecendo que os consumidores se deparam com desequilíbrios em termos econômicos, níveis educacionais e poder aquisitivo; e tendo em mente que consumidores têm o direito de acesso a produtos inofensivos, assim como o direito de elaborar um desenvolvimento econômico e social justo, equitativo e duradouro, essas normas para a proteção ao consumidor têm os seguintes objetivos...” (seguem-se tópicos com exigência de proteção adequada, padrões de qualidade de produção e distribuição, altos níveis de conduta ética, diminuição de práticas comerciais abusivas, incentivo aos grupos de consumidores, a promoção da cooperação internacional e o desenvolvimento das condições de mercado).

Aspecto interessante foi por nós destacado, em nossa atuação pelo Ministério Público. Os tais contratos de adesão, verdadeiro emblema do fornecedor com séria predominância ou desequilíbrio em face do consumidor, sofreu impugnações nossas, na função de Curador Especial, de início não acolhidas. Depois mudou a jurisprudência e o CDC dedicou-lhe normas adequadas.⁽⁹⁾

Não podemos perder de vista os motivos, os fatos e as circunstâncias históricas que determinaram o avanço do Direito entre nós, particularmente na Constituição de 1988 e no CDC.

3. A Lei nº 8.078, de 11 9.1990, dispõe sobre a proteção ao consumidor, dando outras providências. Seu artigo 1º afirma: “O presente Código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e artigo 48 de suas Disposições Transitórias”.

Os dois artigos seguintes, das disposições gerais do Capítulo I, do Título I – Dos direitos do consumidor – não podem ser interpretados separadamente: “Não podemos... compreender o conceito jurídico de consumidor se não o inserirmos dentro de uma relação de consumo. Em

(9) Cf. nosso artigo “A garantia da tutela jurisdicional”. In: “Estudos sobre o processo e a Constituição de 1988”. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, págs. 40/42

outras palavras, para os fins da Lei nº 8.078/90, não é consumidor quem simplesmente adquire um bem ou utiliza um serviço como destinatário final, e sim quando o faz dentro de uma relação de consumo, ou seja, quando ao consumidor se contrapõe o fornecedor.⁽¹⁰⁾ Qual a consequência disto? Logicamente, em tese, “isto poderia importar um contrato de compra e venda ou de prestação de serviços segundo as regras do Código Civil, sem gerar relação de consumo para os fins da Lei nº 8.078/90”⁽¹¹⁾

Antes de passarmos aos dois dispositivos seguintes, cabe lembrar que o artigo 1º refere-se, expressamente, à natureza “de ordem pública e interesse social” das normas que o CDC estabelece. Jamais se poderia falar em possível ação civil pública em tal matéria.⁽¹²⁾ Mesmo de relação de consumo, para aplicação da proteção do CDC, já que o artigo 1º deste se mostra genérico na imposição de “normas de ordem pública e interesse social”

4. O artigo 2º do CDC tem a seguinte redação: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”

O legislador sofreu crítica imediata: “destinatário final” seria expressão “infeliz, porque pleonástica”.⁽¹³⁾

Nenhuma pessoa, física ou jurídica, goza da pacífica e tranqüila condição de consumidor, ou da correlata posição de fornecedor, de que trataremos no tópico seguinte.⁽¹⁴⁾ A palavra final, da criticada expressão “destinatário final” estaria em contradição com o trecho “toda pessoa física ou jurídica”, ficando em relevo “que o intermediário é também consumidor

(10) HUGO NIGRO MAZZILLI. “Interesses difusos em juízo” 6ª ed., São Paulo: Revista dos Tribunais, 1994 págs 89/90

(11) MAZZILLI, ob. cit., pág. 90, nota nº 10

(12) ANTONIO RAPHAEL SILVA SALVADOR. “Ação civil pública – aspectos processuais”. São Paulo, Oliveira Mendes, 1997, pág. 14. Só “quando a relação de consumo discutida envolva mais do que simples questão patrimonial, revelando existir um interesse maior, que diz respeito ao interesse social, de toda a coletividade, que sofre com o dano ocasionado ao consumidor. Exemplificando (...) uma propaganda enganosa, em que se pretendeu vender casas populares, a serem adquiridas pelos trabalhadores com seus Fundos de Garantia de Tempo de Serviço ou através de desconto imediato nos pagamentos mensais. São prejuízos que exigem atenção de toda a sociedade, dos poderes públicos, com a maior justificativa de ser usada a Lei de Ação Civil Pública

(13) JOSÉ CRETELLA JUNIOR. “Comentários ao Código do Consumidor”. Coord. José Cretella Júnior e René Ariel Dotti. Rio de Janeiro: Forense, 1992, pág. 8.

(14) TUPINAMBÁ MIGUEL CASTRO DO NASCIMENTO. “Comentários ao Código do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990)” 3ª ed., Rio de Janeiro: Aide, 1991, pág. 23.

de produto ou de serviço e, em real verdade, todos nós somos fornecedores/consumidores, direta ou indiretamente; de uma ou de outra forma”⁽¹⁵⁾

Convém observar que o “CDC tem quatro definições de consumidor”, três além da do seu artigo 2º: consumidor como “coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo (art. 2º, parágrafo único)”; consumidor como “toda vítima do evento danoso, na responsabilidade por acidente de consumo (art. 17)”; enfim, consumidores como “todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas previstas no Capítulo V do Título I (Das práticas comerciais) (art. 29)”⁽¹⁶⁾ Tal circunstância, longe de concorrer para abrangência mais ampla, no tocante às relações tradicionais do direito obrigacional, vem salientar que estas subsistem. Sem dúvida, as “relações jurídicas privadas em geral (civis e comerciais) continuam a ser regidas pelo Código Civil, Código Comercial e legislação extravagante”⁽¹⁷⁾

O artigo 53 do CDC teria, na hipótese sob exame, eventual incidência? Ele se localiza no Título I, Dos Direitos do Consumidor.⁽¹⁸⁾ O *caput* do artigo 53 do CDC dispõe: “Nos contratos de compra e venda de móveis ou imóveis mediante pagamento em prestações, bem como nas alienações fiduciárias em garantia, consideram-se nulas de pleno direito as cláusulas que estabeleçam a perda total das prestações pagas em benefício do credor que, em razão do inadimplemento, pleitear a resolução do contrato e a retomada do produto alienado”

(15) AUGUSTO ZENUN. “Comentários ao Código do Consumidor” Rio de Janeiro: Forense, 1992, pág. 8. DE LUCCA abre seu livro com “Ode ao consumidor”, em oposição ao dominador. Limitamo-nos a sugerir que o movimento não se transforme em ódio ao fornecedor, até pela freqüente dificuldade de distingui-lo do consumidor.

(16) NELSON NERY JÚNIOR. In: ADA PELLEGRINI GRINOVER *et alii*. “Código”, cit., pág. 283

(17) NERY JÚNIOR, ob. cit., pág. 283. Também o reconhecimento da formação de “microsistema de Direitos das Relações de Consumo, não pertencente ‘a nenhum ramo específico da ciência do Direito’, em que se destaca que ‘as regras ortodoxas do direito privado não mais atendem à ordem pública de proteção do consumidor’, não impede que o contrato tradicional subsista, com a sobrevivência do Código Civil, Código Comercial e leis extravagantes (NERY JÚNIOR, ob. cit., págs. 285, 287, 290/291 e 669/670)

(18) A Lei nº 8.078, de 11.9.1990, ou o CDC, divide-se em 6 títulos. Além daquele mencionado no texto há os seguintes: Título II, Das Infrações Penais; III, Da Defesa do Consumidor em Juízo; IV, Do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor; V, Da Convenção Coletiva de Consumo e VI, Disposições Finais. Metade dos artigos do CDC se distribuem pelos 7 capítulos do Título I: I, Disposições gerais; II, Da Política Nacional de Relações de Consumo; III, Dos Direitos Básicos do Consumidor; IV, Da Qualidade de Produtos e Serviços, da Prevenção e da Reparação dos Danos; V, Das Práticas Comerciais; VI, Da Proteção Contratual e VII, Das Sanções Administrativas. Nos seis primeiros, na verdade, localiza-se a matéria do Título I, que apresenta interesse ao presente estudo.

Nos contratos tradicionais, o sinal pago pelo comprador costuma trazer a devolução em dobro, quando o contrato não se perfaz por fato atribuível ao vendedor.

Embora o presente trabalho só contemple tal hipótese, não convém esquecer que, mesmo no caso da venda a prestações, há possibilidade de “pré-fixação das perdas e danos em cláusula penal, na hipótese de se tratar de um dos contratos de que cuida o *caput* deste artigo 53. Tratando-se de cláusula penal moratória, todavia, haverá de ser respeitado o limite imposto pelo § 1º, do artigo 52, deste Código. Todavia, não poderá ocorrer a perda das prestações já pagas.”⁽¹⁹⁾

Não devemos esquecer que o CDC não é uma panacéia para todos os males que afligem o consumidor, “e não é por ele ter sido criado que deixaram de existir outras normas relativas às relações de consumo, e existentes nos Códigos Civil, Comercial, Penal etc, bem como na legislação esparsa, a menos que com ele sejam incompatíveis”⁽²⁰⁾

Então a palavra mágica é a desigualdade na sociedade de consumo.⁽²¹⁾ Por isso, a primeira justificativa para o surgimento da tutela do consumidor “está assentada no reconhecimento da sua vulnerabilidade nas relações de consumo” e é essa a “espinha dorsal do movimento”⁽²²⁾

(19) ALVIM *et alii*, ob. cit., pág. 261. THEOTONIO NEGRÃO observa, a propósito do *caput* do artigo 53 do CDC: “Por identidade de razões, aplica-se aos compromissos de compra e venda e às cessões de compromisso de compra e venda” (“Código Civil e legislação civil em vigor”. 17ª ed., São Paulo, Saraiva, 1998, nota 1 ao art. 53 da Lei nº 8.078, de 11.9.1990). O percentual máximo de 10% do valor da prestação, para as multas de mora decorrentes do inadimplemento de obrigação no seu termo, por força da Lei nº 9.298, de 18.10.1996, passou a ser de apenas 2%. A propósito, comenta NERY JUNIOR: “Ao primeiro exame pode parecer que o Código tenha admitido somente a cláusula penal moratória, para a ocorrência da mora nos contratos de crédito ou financiamento ao consumidor. Todavia, não existe proibição para que se estipule pena para o inadimplemento da obrigação (cláusula penal compensatória). Essa ‘multa’ de que fala o dispositivo é, em verdade, pena convencional” (ob. cit., pág. 375). NERY JUNIOR, após anotar que o dispositivo fixa “teto para as penas decorrentes da mora”, acrescenta: “Não impede a fixação de cláusula penal compensatória, nem limita o direito do fornecedor de haver perdas e danos do consumidor”.

(20) FILOMENO, “Código”, cit., pág. 18.

(21) CARLOS ALBERTO BITTAR “Direitos do consumidor”. 4ª ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991, pág. 2.

(22) JOÃO BATISTA DE ALMEIDA “A proteção jurídica do consumidor”. São Paulo: Saraiva, 1993. pág. 15. Ali, ele acrescenta que, se o consumidor estivesse “côncio de seus direitos e deveres, informado e educado para o consumo, atuando de igual para igual em relação ao fornecedor, então a tutela não se justificaria”. SIDOU já sugeria, bem antes do CDC, a “necessidade de estabelecer um termo de equilíbrio, no jogo mercantil, entre os alienantes e os alienatários” (ob. cit., pág. XII).

Enfim, cabe lembrar a palavra hipossuficiente, ao lado de vulnerável⁽²³⁾

5. O artigo 3º da Lei nº 8.078, de 11.9.1990 dispõe: “Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestações de serviços. § 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. § 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista”.

Na tão insistente desigualdade entre as duas partes da relação de consumo tutelada pelo CDC, cabe, ainda, destacar o aspecto do fornecedor, elemento da tal “cadeia de consumo”, que só aparentemente pode parecer consumidor: são as “pessoas física e jurídica que exercem atividades de intermediação ou de utilização do produto e do serviço para transformação com fins de posterior transferência no mercado de consumo, tornando o bem adquirido como bem de insumo”⁽²⁴⁾. Tais pessoas se consideram intermediárias “e, na sua relação com o fornecedor anterior, não se levará em conta o Código de Defesa do Consumidor, mas sim a legislação comum (civil, comercial, administrativa). O chamado consumidor profissional ou seja, aquele que adquire o bem para revenda, após transformá-lo ou não, não se enquadra na acepção dada pelo legislador ao vocábulo consumidor. É fornecedor, de vez que o critério legal estabelece como consumidor apenas o destinatário final de produto e serviço”⁽²⁵⁾

O legislador mostra-se coerente, limitando-se a proteger o verdadeiro consumidor: “não busca a tutela do consumidor intermédio, ou seja, do intermediário, pois ele, na verdade, pretende tão somente defender o adquirente ou utente final do produto e do serviço, que é justamente quem promoverá a destruição ou o consumo do bem e precisará

(23) FILOMENO, “Código”, cit., pág. 27. ARRUDA ALVIM *et alii* observam, no tocante à hipossuficiência, que FILOMENO a ela se refere “somente na obra ‘Código Brasileiro de Defesa do Consumidor’, Forense Universitária, 1991, vez que em seu ‘Manual de Direitos do Consumidor’, Atlas, 1991, admitia, em face da nova lei, a inclusão da pessoa jurídica como consumidor desde que figurasse como destinatária final de bens e serviços (págs. 117 e 28) (ob. cit., pág. 23). WALTER CENEVIVA insiste em que a “publicidade comercial passou a interferir fortemente nas relações de consumo” (“Publicidade e direito do consumidor”. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991, pág. 21). A publicidade agrava a vulnerabilidade do consumidor.

(24) ROBERTO SENISE LISBOA. “A relação de consumo e seu alcance no direito brasileiro”. São Paulo: Oliveira Mendes, 1997, pág. 22.

(25) LISBOA, “A relação”, cit., pág. 22.

se valer dos meios cabíveis para obter o ressarcimento compatível pela aquisição de um produto ou de um serviço defeituoso.”⁽²⁶⁾

O verdadeiro consumidor ou, em expressão equivalente, o “destinatário final de produtos e serviços é conceitual e materialmente vulnerável às ações do fornecedor no mercado de consumo. Por se transformar, no sistema de massas, em número, ante o tratamento cada vez mais impessoal que impera na sociedade (inclusive com a proliferação de celebração de contratos por telefone, fax, Internet...), o consumidor tem contra si, cada vez mais, delimitado ou restringido o acesso ao fornecedor”⁽²⁷⁾

Não se deve perder de vista, contudo, o disposto no *caput* do artigo 12 do CDC: “O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos”

Ao contrário do disposto no art. 3º do CDC, onde o legislador quis “alcançar todos os partícipes do ciclo produtivo-distributivo”, em matéria de responsabilidade por danos, “o artigo 12 discrimina alguns fornecedores, responsabilizando somente o fabricante, o produtor, o construtor, bem como o importador, excluindo, portanto, em primeira intenção, a figura do comerciante”⁽²⁸⁾

6. Embora qualquer estudo sobre a proteção ao consumidor possa adquirir dimensão imprevisível, também aí cabe atenção. Certos temas, por sua atualidade, pela conscientização que trazem, pela nova mentalidade que impõem, com facilidade conduzem a exageros indesejáveis. De repente, ocorrem até absurdos e inversões de valores, como se o meio ambiente pudesse preceder às pessoas, ou em tudo se passando a ver, por exemplo, preconceito racial ou assédio sexual.

Indispensável nos parece, ante o que vimos, concluir que relações jurídicas de direito privado, como o velho e tradicional contrato de compra

(26) LISBOA, “A relação”, cit., pág. 22.

(27) *Idem*, pág. 23.

(28) ZELMO DENARI *In*: ADA PELLEGRINI GRINOVER *et alii*. “Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto”. 4ª ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, pág. 108. ALVIM *et alii* vêem aí exceção ao princípio de que o intermediário não se considera consumidor (ob. cit., págs. 25/26).

e venda de imóvel, já cercado de antiga solenidade, não encerram relação de consumo, para o fim de qualquer defesa do consumidor. Trata-se de situação em que, imperceptivelmente, o possível “consumidor” transita para a posição de possível “fornecedor”, tamanha a igualdade e o equilíbrio entre ambos. Claro nos casos em que a tutela seja cabível – e o CDC se desdobrou na regulamentação de inúmeras hipóteses a serem identificadas e impostas – as normas do direito comum deixarão de contar validade.

Até para que se fortaleça a atual posição do consumidor, convém localizá-lo, em conjunto ou separadamente, onde ele realmente esteja. Disperso, vulnerável, em geral, hipossuficiente, destituído de informação, frágil e inferiorizado diante da outra parte, o fornecedor.